



## GUÍA DOCENTE CURSO: 2018-19

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA			
Asignatura:	Metodología y Teorías de Investigación		
Código de asignatura:	70847219	Plan:	Máster en Dirección y Economía de la Empresa
Año académico:	2018-19	Ciclo formativo:	Máster Universitario Oficial
Curso de la Titulación:	1	Tipo:	Optativa
Duración:	Primer Cuatrimestre		
DISTRIBUCIÓN HORARIA DE LA ASIGNATURA SEGÚN NORMATIVA			
	Créditos:	9	
	Horas totales de la asignatura:	225	
UTILIZACIÓN DE LA PLATAFORMA VIRTUAL:		Apoyo a la docencia	

DATOS DEL PROFESORADO			
Nombre	<b>Sánchez Pérez, Manuel</b>		
Departamento	Dpto. de Economía y Empresa		
Edificio	Edificio Departamental de Ciencias Económicas y Empresariales (Edif. B). Planta BAJA		
Despacho	10		
Teléfono	+34 950 214185	E-mail (institucional)	<a href="mailto:msanchez@ual.es">msanchez@ual.es</a>
Recursos Web personales	<a href="http://cms.ual.es/UAL/personas/persona.htm?id=50555350556505484">http://cms.ual.es/UAL/personas/persona.htm?id=50555350556505484</a>		
Nombre	<b>Céspedes Lorente, José Joaquín</b>		
Departamento	Dpto. de Economía y Empresa		
Edificio	Edificio Departamental de Ciencias Económicas y Empresariales (Edif. B). Planta 2		
Despacho	05		
Teléfono	+34 950 015523	E-mail (institucional)	<a href="mailto:jcespede@ual.es">jcespede@ual.es</a>
Recursos Web personales	<a href="http://cms.ual.es/UAL/personas/persona.htm?id=505553505257514887">http://cms.ual.es/UAL/personas/persona.htm?id=505553505257514887</a>		
Nombre	<b>Cruz Rambaud, Salvador</b>		
Departamento	Dpto. de Economía y Empresa		
Edificio	Edificio Departamental de Ciencias Económicas y Empresariales (Edif. B). Planta 2		
Despacho	28		
Teléfono	+34 950 015184	E-mail (institucional)	<a href="mailto:scruz@ual.es">scruz@ual.es</a>
Recursos Web personales	<a href="http://cms.ual.es/UAL/personas/persona.htm?id=505550525048525775">http://cms.ual.es/UAL/personas/persona.htm?id=505550525048525775</a>		
Nombre	<b>Gázquez Abad, Juan Carlos</b>		
Departamento	Dpto. de Economía y Empresa		
Edificio	Edificio Departamental de Ciencias Económicas y Empresariales (Edif. B). Planta 1		
Despacho	26		
Teléfono	+34 950 015489	E-mail (institucional)	<a href="mailto:jcgazque@ual.es">jcgazque@ual.es</a>
Recursos Web personales	<a href="http://cms.ual.es/UAL/personas/persona.htm?id=515256535350534981">http://cms.ual.es/UAL/personas/persona.htm?id=515256535350534981</a>		

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:  
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/Uzx+cpdV6TNAONWTxULKkQ==>

Firmado Por

Universidad De Almería

Fecha

27/09/2018

ID. FIRMA

[blade39adm.ual.es](mailto:blade39adm.ual.es)[Uzx+cpdV6TNAONWTxULKkQ==](https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/Uzx+cpdV6TNAONWTxULKkQ==)

PÁGINA

1/5

[Uzx+cpdV6TNAONWTxULKkQ==](https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/Uzx+cpdV6TNAONWTxULKkQ==)

## ELEMENTOS DE INTERÉS PARA EL APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

### Justificación de los contenidos

Las disciplinas vinculadas con la Dirección de Empresas han venido experimentando una evolución conceptual debido a la aparición de nuevos enfoques para explicar los problemas económicos, fenómeno que se ha visto enriquecido por las influencias que, desde otras disciplinas, ha recibido el Management. Por ello, la realización de actividades de investigación en el ámbito de la empresa requiere de la familiarización con los métodos propios para llevar a cabo un trabajo de investigación.

La materia que aquí se imparte se estructura en una serie de temas que abordan los aspectos esenciales para la realización de un trabajo de investigación académico en Dirección de Empresas. Así, se abordan los conceptos esenciales de investigación, la terminología, las orientaciones de investigación, los paradigmas, los tipos de trabajo, la medición de conceptos de Dirección de Empresas o las publicaciones y los requisitos para elaborar un trabajo de investigación publicable.

El objetivo de esta materia es la formación de los estudiantes en las principales teorías y aspectos metodológicos que les permita abordar un problema con orientación académica del ámbito de la empresa, diseñar un problema de investigación en Dirección de Empresas, Marketing, Consumo, Finanzas y Contabilidad y familiarizarse con las diversas alternativas metodológicas de la investigación empresarial y del consumidor.

### Materia con la que se relaciona en el Plan de Estudios

· Análisis de datos · Dirección estratégica · Dirección de marketing · Contabilidad directiva · Finanzas para la dirección

### Conocimientos necesarios para abordar la Asignatura

· Lectura fluida en inglés · Conocimientos generales de Dirección Estratégica, Finanzas y Contabilidad, y Marketing

### Requisitos previos recogidos en la memoria de la Titulación

Ninguno

## COMPETENCIAS

### Competencias Generales

*Competencias Transversales de la Universidad de Almería*

- Capacidad para resolver problemas
- Capacidad de crítica y autocrítica

*Competencias Básicas*

- Aplicación de conocimientos

### Competencias Específicas desarrolladas

C1 - Conocer los elementos diferenciales de los enfoques teóricos y las metodologías de investigación correspondientes a las distintas áreas de la Economía de la empresa. Ser capaz de elegir el enfoque metodológico y teórico que más se adecue al trabajo de investigación a desarrollar.

## OBJETIVOS/RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

· Que los estudiantes sean capaces de aprender a plantear un problema de investigación en gestión empresarial. · Que los estudiantes conozcan los diversos enfoques de investigación en Dirección de Empresas. · Que los estudiantes sepan los principales enfoques y aspectos metodológicos de una investigación en Economía de la Empresa. · Que los estudiantes sepan aplicar metodologías de investigación alternativas. · Que los estudiantes sean capaces de analizar y criticar un trabajo de investigación. Que los estudiantes sepan reconocer los principales canales de difusión de las investigaciones académicas. · Que los estudiantes sepan cómo iniciar una línea de investigación para desarrollar una tesis doctoral

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:  
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/Uzx+cpdV6TNAONWTxULKkQ==>

Firmado Por

Universidad De Almería

Fecha

27/09/2018

ID. FIRMA

blade39adm.ual.es

Uzx+cpdV6TNAONWTxULKkQ==

PÁGINA

2/5



Uzx+cpdV6TNAONWTxULKkQ==

## PLANIFICACIÓN

### Temario

#### Bloque I: Fundamentos científicos y teóricos de la investigación en economía y empresa

Tema 1. Fundamentos científicos de la investigación en Economía y Empresa

Tema 2: Teorías y perspectivas de estudio de la Economía de la Empresa

Tema 3. Evolución del pensamiento estratégico y teorías de la investigación

Tema 4: Teorías para el estudio de las finanzas y la contabilidad

Tema 5: Teorías de investigación en marketing

#### Bloque II: Metodología de investigación en economía y empresa

Tema 6: Realización de un trabajo de investigación

Tema 7: Metodología de investigación

Tema 8: El método del caso

### Metodología y Actividades Formativas

Bloque I: Fundamentos científicos y teóricos de la investigación en economía y empresa  
Tema 1. Fundamentos científicos de la investigación en Economía y Empresa  
Clases magistrales/participativas: 6,0 h. Resolución de problemas: 2,0 h. Seminarios y actividades académicamente dirigidas: 1,0 h.  
Tema 2: Teorías y perspectivas de estudio de la Economía de la Empresa  
Clases magistrales/participativas: 6,0 h. Resolución de problemas: 3,0 h.  
Tema 3. Evolución del pensamiento estratégico y teorías de la investigación  
Clases magistrales/participativas: 6,0 h. Resolución de problemas: 1,0 h. Seminarios y actividades académicamente dirigidas: 1,0 h.  
Tema 4: Teorías para el estudio de las finanzas y la contabilidad  
Clases magistrales/participativas: 4,0 h. Sesión de evaluación: 1,0 h. Resolución de problemas: 3,0 h. Seminarios y actividades académicamente dirigidas: 0,5 h.  
Tema 5: Teorías de investigación en marketing  
Clases magistrales/participativas: 4,0 h. Sesión de evaluación: 1,0 h. Resolución de problemas: 3,0 h. Seminarios y actividades académicamente dirigidas: 0,5 h.  
Bloque II: Metodología de investigación en economía y empresa  
Tema 6: Realización de un trabajo de investigación  
Clases magistrales/participativas: 4,0 h. Realización de ejercicios: 2,0 h. Resolución de problemas: 2,0 h. Seminarios y actividades académicamente dirigidas: 1,0 h.  
Tema 7: Metodología de investigación  
Clases magistrales/participativas: 3,0 h. Sesión de evaluación: 1,0 h. Realización de ejercicios: 2,0 h. Resolución de problemas: 3,0 h.  
Tema 8: El método del caso  
Clases magistrales/participativas: 34,0 h. Realización de ejercicios: 1,5 h.

### Actividades de Innovación Docente

Grupo de innovación docente: "Material docente sobre uso del cine como metodología docente en la enseñanza del marketing."

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:  
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/Uzx+cpdV6TNAONWTxULKkQ==>

Firmado Por	Universidad De Almeria	Fecha	27/09/2018
ID. FIRMA	blade39adm.ual.es	PÁGINA	3/5
			
Uzx+cpdV6TNAONWTxULKkQ==			

## PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN DE LAS COMPETENCIAS

### Criterios e Instrumentos de Evaluación

- Prueba escrita (60%)
- Trabajos e informes (30%)
- Asistencia y participación en clase (5%)
- Participación en conferencias y/o seminarios (5%)

### Mecanismos de seguimiento

- Asistencia a tutorías
- Asistencia y participación en seminarios
- Alta y acceso al aula virtual
- Entrega de actividades en aula virtual

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:  
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/Uzx+cpdV6TNAONWTxULKkQ==>

<b>Firmado Por</b>	<b>Universidad De Almeria</b>	<b>Fecha</b>	<b>27/09/2018</b>
<b>ID. FIRMA</b>	<b>blade39adm.ual.es</b>	<b>PÁGINA</b>	<b>4/5</b>
			
Uzx+cpdV6TNAONWTxULKkQ==			

## BIBLIOGRAFÍA

### Bibliografía recomendada

#### Básica

- McAlistar, Leigh; Ruth Bolton, Ruth and Ross Rizley . Essential Readings in Marketing.
- (Pettigrew, Andrew M., Thomas, Howard, y Whittington, Richard. Handbook of Strategy and Management .
- Hackley, Chris. Marketing: A critical introduction.
- (Hunt, Shelby D.. Marketing Theory: Foundations, Controversy, Strategy, Resource-Advantage Theory.
- Ryan, Bob; Scapens, Robert W. y Theobaid, Michael. Metodología de la investigación en Finanzas y Contabilidad.
- (Daft, Richard L.. Organization Theory and Design.
- Maclaran, P.; Saren, M.; Stern, B. and Tadajewski, M.. The SAGE Handbook of Marketing Theory.
- Clegg, Stewart R., Cynthia Hardy, Thomas B. Lawrence, y Walter R. Nord. The Sage Handbook of Organization Studies.
- Pawar, Badrinarayan Shankar. Theory Building for Hypothesis Specification in Organizational Studies.
- Los profesores. Material del profesor. . .

#### Complementaria

#### Otra Bibliografía

### Bibliografía existente en el Sistema de Información de la Biblioteca de la UAL

Puede ver la bibliografía existente en la actualidad en el Sistema de Gestión de Biblioteca consultando en la siguiente dirección:

<http://almirez.ual.es/search/e?SEARCH=METODOLOGIA Y TEORIAS DE INVESTIGACION>

## DIRECCIONES WEB

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:  
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/Uzx+cpdV6TNAONWTxULKkQ==>

<b>Firmado Por</b>	<b>Universidad De Almeria</b>	<b>Fecha</b>	<b>27/09/2018</b>
<b>ID. FIRMA</b>	<b>blade39adm.ual.es</b>	<b>PÁGINA</b>	<b>5/5</b>
			
Uzx+cpdV6TNAONWTxULKkQ==			